

Code de l'ICO

1.
Toute entreprise membre doit:

1.1
S'engager à respecter les normes d'éthique les plus strictes dans l'exercice de ses activités. En outre, une entreprise membre est tenue d'accorder, en tout temps, un traitement équitable et honnête aux clients du moment comme aux anciens, aux autres entreprises membres comme à ses collaborateurs, aux professionnels de la branche et d'autres professions, aux fournisseurs, aux intermédiaires, aux médias, employés et, surtout, au public son ensemble;

1.2
reconnaître la présente Charte, en comprendre le sens et s'y conformer, de même qu'aux éventuelles annexes et directives complémentaires. De plus, toute entreprise membre se doit d'être à jour en permanence par rapport au contenu d'éventuelles directives, prescriptions ou recommandations publiées par l'ICO ou les associations nationales regroupant les sociétés de conseil en relations publiques. Elle doit aussi tenir compte des recommandations portant sur la qualité des prestations fournies dans l'exercice de la profession, selon la formulation des directives ad hoc;

1.3
respecter cette Charte et rechercher la collaboration avec d'autres membres pour toute affaire qui peut relever de l'application de la Charte. Toute entreprise membre qui incite sciemment ses employés à adopter une attitude contraire à l'esprit de la Charte, ou le leur permet, commet aussi l'infraction et sera directement tenue pour responsable. Tout employé d'une entreprise membre, qui ne respecte pas les dispositions de la Charte, fera l'objet de mesures disciplinaires de la part de son employeur.

Une entreprise membre ne doit en aucun cas:

1.4
Adopter une attitude ou exercer des activités susceptibles de nuire à la réputation de l'ICO ou des associations nationales des sociétés de conseil en relations publiques ou à l'image, ainsi qu'aux intérêts, de la branche professionnelle dans son ensemble.

2. **Attitude vis-à-vis du public, des Médias et des autres branches professionnelles**

Toute entreprise membre doit:

2.1
Exercer ses activités professionnelles dans le plus grand respect, comme il se doit, des intérêts publics:

2.2
a) veiller au respect de la vérité et ne pas répandre, sciemment et sans égards, des informations erronées ou susceptibles d'induire en erreur,
b) faire en sorte, comme il se doit, que le cas ne se produise pas à son insu;

2.3
être tenue de s'assurer que les intérêts effectifs de chaque organisation avec laquelle elle établit des contrats d'ordre professionnel soient bien définis;

2.4
reconnaître et respecter le code de déontologie de toute autre branche professionnelle avec laquelle elle collabore, et ne pas enfreindre sciemment ces règles;

2.5
garantir la confidentialité de toute information apprise dans le cadre d'un mandat conféré;

2.6
ne proposer ni n'entreprendre aucune activité qui se traduirait par une prise d'influence démesurée sur un organe de gouvernement, la législation ou les médias.

Une entreprise membre ne doit en aucun cas:

2.7
offrir ou suggérer un avantage quelconque aux membres de la fonction publique, ainsi qu'aux membres d'associations ou d'organisations régies par la loi qui ne soient ni directeurs, ni gérants ni conseils mandatés,
y inciter un client dans l'intérêt de celui-ci,
a et b) lorsque les agissements en question contreviennent à l'intérêt public.

3. **Conduite commerciale à l'égard des clients**

Toute entreprise membre doit:

3.1
Préserver les rapports de confiance établis avec les clients du moment et les anciens clients, ne transmettre à un tiers aucune information apprise dans le cadre des rapports commerciaux avec les clients, ne jamais utiliser une éventuelle information, ni au détriment du client concerné, ni pour se constituer un avantage financier. Une exception est prévue lorsque le client a lui-même communiqué l'information au public ou lorsqu'il a explicitement autorisé sa divulgation;

3.2 informer le client d'éventuelles parts sociales détenues ou d'intérêts financiers représentés par l'entreprise membre ou ses employés au sein d'entreprises de sociétés ou chez des personnes dont les prestations sont recommandées;

3.3 être libre de conclure avec le client des conventions qui prennent en considération d'autres facteurs que les simples heures effectives de travail et le rang des collaborateurs concernés. Ces facteurs supplémentaires, que facturent aussi d'autres entreprises spécialisées dans le conseil, devront prendre en compte les nombreuses particularités d'un mandat spécifique. Principalement:

la complexité du sujet, du cas, du problème ou du mandat et les difficultés liées à l'exécution dudit mandat;

les aptitudes professionnelles spécifiques ou les connaissances techniques spéciales et le rang des personnes concernées, le temps requis et la part de responsabilité;

le volume de documents à consulter ou à préparer et leur importance;

les lieux et les circonstances dans lesquels tout ou partie du mandat doit être rempli;

la dimension, l'étendue, la classification du mandat et son importance comme thème ou projet du client.

Une entreprise membre ne doit en aucun cas:

3.5 abuser d'informations ayant trait aux activités commerciales du client pour en tirer un avantage financier ou un quelconque bénéfice;

3.6 commettre un délit d'initié quel qu'il soit. En outre, ni les propriétaires, ni les collaborateurs d'une entreprise de conseil ne sont habilités à investir directement les titres d'un client sans accord préalable, en la forme écrite, donné par le client et le directeur général, le directeur des finances ou le contrôleur d'une entreprise membre;

3.7 accorder ses prestations à un client lorsque les dispositions du mandat mettent en danger l'indépendance, l'objectivité ou l'intégrité de l'entreprise membre;

3.8 défendre, sans l'habilitation expresse du client, des intérêts opposés ou engagés dans un concours ou une adjudication;

3.9 garantir des résultats dont l'obtention ou l'empêchement échappe au champ d'influence direct de l'entreprise;

3.10 inviter les employés d'un client à occuper un nouveau poste (une offre d'emploi dans la presse n'est pas considérée comme une invitation adressée à une personne particulière).

4.0 Attitude vis-à-vis d'autres entreprises membres

4.1 Afficher un degré très élevé d'exactitude et d'authenticité, en renonçant à des arrangements inéquitables et en reconnaissant les idées ou les expressions empruntées à d'autre;

4.2 être libre d'offrir ses aptitudes et ses capacités à tout client potentiel, de sa propre initiative ou sur demande du client, à condition de pas rompre un quelconque contrat existant, de dénigrer d'autres entreprises membres ou de déprécier leurs capacités.

Une entreprise membre ne doit en aucun cas:

4.3 Nuire à la réputation ou aux bonnes affaires d'un autre membre.

L'ICO est constitué d'associations nationales. Tout membre d'une association nationale affiliée à l'ICO est tenu de respecter les termes de la présente Charte de Rome. L'ICO établit des normes, mène des études sur les activités de relations publiques et assure la promotion de la branche professionnelle.

Rome, le 25 octobre 1991